

Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 195'618
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 571.19
Abo-Nr.: 1075326
Seite: 34
Fläche: 38'820 mm²

4571

Frankreichs Hoteliers in Aufruhr

50 Privatfirmen bewerten alle französischen Hotels nach neuen Kriterien. Das empörte Gastgewerbe muss nun für seine Sterne bezahlen - Europas Hotellerie-Marktführer Accor profitiert.

Von Michael Kläsgen, Paris

Wer in diesen Tagen die Fassaden von Pariser Hotels inspiziert, fühlt sich an das Bonmot erinnert, wonach Franzosen zwar Revolutionen lieben, aber Veränderungen verabscheuen. Als «Revolution» war angekündigt worden, dass alle 20 000 Hotels im Land von dieser Woche an neu bewertet würden, also Sterne hinzugewinnen oder verlieren - je nach Qualität.

Die sichtbarste Veränderung besteht zunächst aber nur in einem Wechsel der Plaketten: Anstatt des blauen Achtecks mit den Sternen am Hoteleingang sieht man jetzt ein rot-weisses Rechteck mit Sternen - aber auch nicht überall. Noch herrscht ein Nebeneinander von blauen und rot-weissen Schildern. Denn nicht alle Hoteliers wollen sich trotz drohender Strafgebühren an der «Revolution» beteiligen; genau genommen nicht einmal jeder zweite. Der Betreiber eines Pariser Familienhotels etwa, der anonym bleiben möchte, hält sie für «überflüssig und unsinnig».

250 Bewertungskategorien

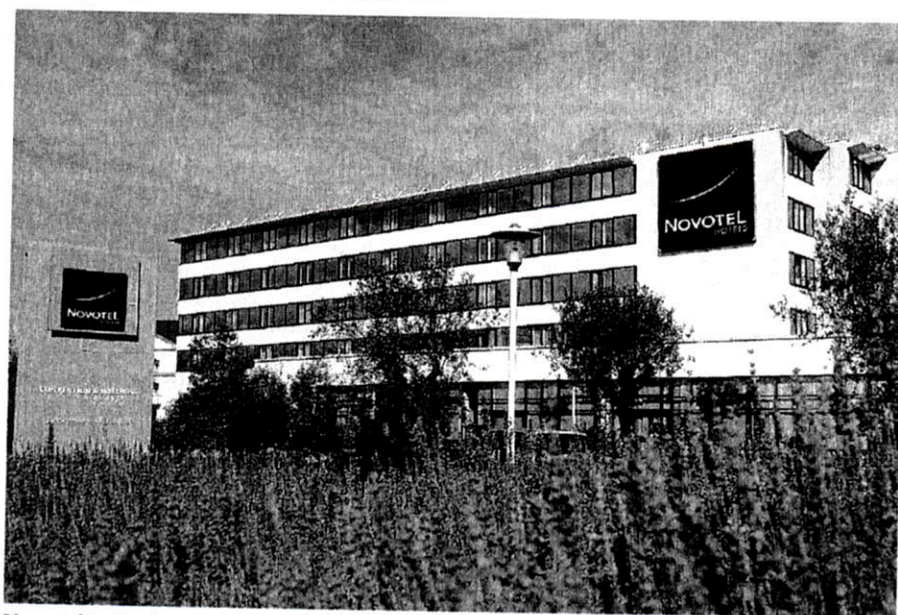
Der Grund für den fehlenden Enthusiasmus liegt auf der Hand: Die Hotels müssen jetzt für ihre Sterne zahlen. Der Staat verteilt sie nicht mehr umsonst. Fortan nehmen Privatfirmen die Kategorisierung der Hotels anhand von 250 Kriterien vor. Die staatliche Touristikagentur Atout France begnügt sich damit, die Vergabe zu genehmigen. Kritiker warnen vor Missbrauch: «Wenn man für Sterne bezahlen kann, ist das ein Problem», sagt Hotel-Experte Mark Watkins.

Mit Verwunderung stellen die Revolutionsgegner zudem fest, dass enorm viele Prüffirmen, nämlich etwa 50, die begehrten Sterne vergeben dürfen. Die logische Folge aus Sicht der Kritiker: Wer die meisten Sterne zum niedrigsten Preis springen lässt, erhält den Auftrag.

Unmut stiften darüber hinaus die etwa 250 Kriterien. Sie sind keineswegs verpflichtend, sondern austauschbar. Gemäss der bisherigen Regelung von 1986 genügten eine Dusche oder ein

Bidet auf dem Zimmer und eine Telefonzelle in der Lobby, um zwei Sterne einzuheimsen. Jetzt gibt es für ein fehlendes Bidet Punktabzug. Das Hotel kann diesen aber ausgleichen, indem es beispielsweise einen Internetanschluss legt. Je nachdem, welche Kriterien zu Rate gezogen werden, können fortan auch Etablissements zwei Sterne erhalten, die weder Badezimmer noch Telefon, Fernsehen oder drahtloses Internet vorweisen.

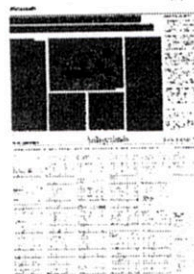
Die Handschrift dieser «Revolution» trägt den Gegnern zufolge Europas Marktführer bei Hotels, die Firmengruppe Accor, die mit vielen Marken präsent ist. Sie betreibt in 92 Ländern 4400 Hotels. Die Formule-1-Absteigen von Accor dürfen sich eines Sterns weiter sicher sein - trotz Etagen-WC. Der Hotelkonzern weist solche Vorwürfe freilich von sich. Auffällig ist dennoch, dass all seine Hotels aufgewertet werden: Ibis erhält einen zweiten, Mercure



Novotel in Paris, eines von 4400 Accor-Hotels. Foto: Antoine Antoniol (Bloomberg)

Datum: 26.07.2012

Tages-Anzeiger



Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 195'618
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 571.19
Abo-Nr.: 1075326
Seite: 34
Fläche: 38'820 mm²

einen vierten, Sofitel einen fünften Stern. Letzterer wurde im Zuge der Neuerung in Frankreich überhaupt erst eingeführt - aus gutem Grund, wie die konservative Regierung 2008 argumentierte. Sie wollte die französische Sternen-Galaxie auf internationalen Standard bringen. Bislang fehlte dafür der fünfte Stern.

Enttäuschte Feriengäste

Für die Reform sprachen weitere triftige Gründe: Zum einen sparte der Staat mit der Privatisierung Geld. Andererseits reagierte er auf die wachsende Unzufriedenheit von Frankreich-Reisenden. Studien ergaben, dass die Qualität immer weniger den Erwartungen ausländischer Feriengäste entsprach. Nur ein Bruchteil der Hotelzimmer verdiene das Prädikat «makellos», zwei von dreien bedürften einer «Komplettrenovierung», konstatierte die Regierung.

Für Frankreich ein alarmierender Befund. Denn am Tourismus hängen mehr Arbeitsplätze als an der Autoindustrie. Zwar ist das Land mit 80 Millionen Gästen jährlich noch das beliebteste Ferienziel in der Welt. Die grossen Touristenströme, vor allem aus Fernost, gehen aber immer mehr an Frankreich vorbei. Vielen Asiaten reicht es, kurz den Eiffelturm zu sehen, um dann gleich ins nächste Land weiterzureisen.

Experte Watkins meint, die wahre Revolution finde längst woanders statt: im Internet. Jeder Zweite, der ein Hotel buche, informiere sich online, zeigen Studien. Kommentare und Fotos seien neben dem Preis entscheidende Kriterien geworden. Die «Revolution», so scheint es, geht ins Leere.